

---

The Washington Post ¿Libertad de prensa?

07/08/2013



En la capital de Estados Unidos informaron este martes que será vendida la división de prensa del “conglomerado de medios” al que da nombre el famoso diario de la ciudad.

Según observadores, ello reafirma la apremiante necesidad del sector en alcanzar nuevos apoyos económicos que le permitan sobrevivir a la veloz transición del negocio del papel a Internet.

¿Quién comprará el grupo del Post? El presidente de la firma Amazon, Jeff Bezos, quien invertirá 250 millones de dólares en su nuevo negocio, que sumará las publicaciones The Express y El Tiempo Latino, “entre otros productos”.

Por allá sorprendió la noticia, debido a no existir señales respecto a la facilidad e intenciones de traspasar una corporación que arrastra descenso en sus ganancias y suscripciones.

La explicación salió de los labios del presidente-director del periódico, Donald Graham: “El talento de Bezos para los negocios” lo convierte “en la persona indicada para ser dueña del Post”.

Jeff Bezos tiene 40 años de edad y una fortuna estimada en 25 200 millones de dólares, al tiempo que la revista Forbes lo sitúa en el lugar 19 de su famosa lista de acaudalados.

El nuevo propietario de esa publicación subrayó tener conciencia de lo que denominó “el rol crucial” que esta desempeña en la capital y el país.

Y como para no dejar ni la más mínima duda en cuanto a su presente y futuro, descubrió el Mediterráneo al recalcar: “los valores del Post no van a cambiar”.

Esas novedades tienen lugar a unos días que otro coloso del negocio periodístico en Estados Unidos, The New York Times, diera a conocer que vendió al Boston Globe por 70 millones de dólares al propietario de las Medias Rojas de Boston.

Lo dicho se produce en momentos que allí ocurre una gigantesca fusión de capitales y cuando su actual honda crisis socio-económica ha protegido ganancias de bolsillos multimillonarios.

Más interesante aún porque todavía circulan a escala nacional y del planeta las añejas y martilladas consignas de la propaganda estadounidense respecto a la libertad de prensa.

Casi nadie duda que el más o menos sutil adoctrinamiento que inyectan a un ciudadano de esa nacionalidad todos los días de su vida le modela su forma de pensar.

Sin embargo, la violenta sacudida de una crisis como la que viven, y casos tan chocantes, como la venta del Washington Post, tienden a gotear dudas en sectores cada vez más amplios de la sociedad.

---